مجلّه‌ی جغرافیا و توسعه‌ی ناحیه‌ای، شماره‌ی هفدهم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰

گردشگری به عنوان یک سیستم (نمونه: مشهد)

محمد قاسمی (استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد)
khozani@um.ac.ir

چکیده

نگرش سیستمی، رویکرد نسبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه ریزی و پویایی گردشگری است؛ در این رویکرد به‌خوبی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیرگذار بر گردشگری را هم چون گردشگران، جامعه‌ی میزبان، سازمان‌ها و شرکت‌های ذی ربط، محیط و ... را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد و آنها را سازماندهی کرد. به عبارت دیگر، نگرش سیستمی واقعیت، بنیان و اساس گردشگری را در کلیتی منسجم به تصویر می‌کشد و پیوند بین اجزاء وعناصر بخش عرضه‌ی گردشگری، اعم از جاذبه‌ها، حمل ونقل، واحدهای اقامتی، خدمات، سازمان‌ها و ... با تقاضا (گردشگران) در سطوح مختلف محلی، منطقه‌ای، ملی و بین المللی نمایان می‌سازد تا برنامه ریزان برای پویایی آن در عرصه‌ی رقابت جهانی تلاش نمایند. هدف اصلی این پژوهش، آن است تا دریچه ای نو، برای پژوهشگران و مدیران و دست اندرکاران گردشگری کشور ایجاد کند و ضمن پرهیز از بخشی نگری گردشگری ، بتواند با ایجاد مدیریت یکپارچه در راستای پویایی گردشگری شهر و منطقه، انطباقی بین عرضه و تقاضا ایجاد نماید. همچنین پژوهش حاضر از مبانی نظری بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی است و روش تحقیق به کار گرفته شده توصیفی- تحلیلی از کل به جزء است؛ همچنین روش جمع آوری اطلاعات برمبنای کتابخانه ای- اسنادی و نیز میدانی است. در این مقاله، ابتدا ضمن بیان مسأله و دیدگاههای ارائه شده توسط سازمان جهانی گردشگری و سایر نظریه پردازان مشهور جهان راجع به نظام گردشگری به بررسی و تحلیل گردشگری کلان شهر مشهد پرداخته شده و در نهایت راه حلی جهت پویایی آن ارائه شده است. نتایج مطالعات

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱۲/۲۰ تاریخ تصویب:۱۳۹۰/۱۰/۲۷

میدانی به‌دست آمده، بیانگر این واقعیت است که ساختار و نظام مدیریت گردشگری مشهد در بخش عرضه با چندپارچگی و عدم ارتباط سازمند بین سازمان‌ها، اداره‌ها، شرکت‌ها، اتحادیه‌ها و... مرتبط با گردشگری روبرو است؛ به‌گونه‌ای که تعدد و چند پارچگی با کمترین تعامل در مدیریت جاذبه‌های گردشگری، واحدهای اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی، حمل و نقل و... مشهود است. بنابراین شایسته است برای برقراری ارتباط سازمند بین اجزاء و عناصرنظام گردشگری شهر و منطقه، نهادی فرادست، متشکل از کنشگران فوق تشکیل شود تا برای برقراری نظامی یکپارچه جهت پویایی و توسعه‌ی آن تلاش و برنامه ریزی کنند.

کلیدواژه‌ها: سیستم گردشگری، عناصر، کلیت، ارتباط متقابل، عرضه و تقاضا، مدیریت یکپارچه گردشگری، نهادی فرادست.

۱. درآمد:

سیستم[1] را می‌توان مجموعه‌ای از اجزاء و عناصر که بر یکدیگر اثرات متقابل دارند وکلیت واحدی را به وجود آورده اند، محسوب کرد؛ این پدیده به صورت باز و یا بسته دارای ویژگی‌های همچون: کلیت، جمع پذیری، مکانیزاسیون، تمرکز، سازمان سلسله مراتبی، شبکه، ساختار، کارکرد و... است(سادوسکی و دیگران، ۱۳٦۱: ٥٦-٤٥).

رویکرد سیستمی[2] یکی از نظریه‌های علوم جدید است که از اوایل قرن بیستم برای از بحران در شناخت علمی پرورانده شده است؛ از این‌رو، این نظریه، به عنوان نگرشی اساساً میان رشته‌ای، دارای روش شناسی، تدوین رویکرد و قابلیت انتقال قوانین و مفاهیم از یک قلمرو به قلمروی دیگری را دارد. در این روش از آغاز پژوهش می‌توان یک موضوع را از چندین راه مختلف بررسی و عناصر تشکیل دهنده‌ی موضوع تحقیق را شناخت و برای پرهیز از تناقض‌های پژوهشگر، به طراحی الگویی از کل پژوهش اقدام نمود (سادوسکی،۱۳٦۱: ٤٤-۳۸). در این رویکرد هر سیستم مرکب از اجزاء و عناصر است، که با نظم و ترتیب معین با

1. Systems
2.Systems approach

یکدیگر ترکیب یافته و ساخت سیستم را فراهم می‌سازند؛ هر چند هر گونه تغییر و دگرگونی در یک جزء، عامل تأثیرگذار بر سایر اجزاست؛ ولی این تغییرات در راستای نابودی سیستم نیست، بلکه این تغییرات در جهت حفظ و ثبات کلیت سیستم عمل می‌کند(فرشاد،۱۳٦۲: ۲٦- ۱۸).

بر این اساس سیستم گردشگری هر مکان کلیتی است، مشتمل بر بخش‌ها، اجزاء و عناصر متعدد و پیچیده همانند جاذبه‌ها، مراکز اقامتی، حمل و نقل(هوایی، زمینی، دریایی و...)، تأسیسات زیر بنایی، خدمات، اطلاعات، تبلیغات، بازارهای داخلی و بین المللی و... هستند که در ارتباط متقابل با همدیگر و برخورداری از شبکه، سلسله مراتب، ساختار، کارکرد و... جایگاه خود را در بازار رقابتی در سطوح مختلف محلی، منطقه ای، ملی و بین المللی) به‌دست می‌آورد؛ به عبارت دیگر گردشگری از جاذبه‌ها، هتل‌ها و خطوط هوایی و دیگر عناصر به صورت جداگانه تشکیل نشده است که هر بخش بدون ارتباط و تعامل با سایر بخش‌های تشکیل دهنده سیستم گردشگری، بتواند به موفقیت دست‌یابی پیدا کند؛ بلکه کلیتی است(همانند یک سیستم) که پویایی آن(گردشگری) در سایه‌ی ارتباط متقابل و سازمند اجزای و عناصر تشکیل دهنده‌ی آن در بازار رقابتی به‌دست می آید. دو بخش اصلی سیستم گردشگری که چرخه، حرکت و پیشرفت گردشگری را در یک مکان شکل می‌دهد، عرضه و تقاضاست[1]؛ تقاضا شامل تمامی گردشگران متقاضی گردشگری از مبدأهای مختلف ملی و بین المللی به مقصد مورد نظر هستند که بازارهای هدف گردشگری آن مکان‌را تشکیل می دهند(والا/ بیچریل، ۱۳۸٤: ٦۲)؛ و عرضه مشتمل بر جاذبه‌ها، واحدهای اقامتی، حمل و نقل، خدمات، تسهیلات و تأسیسات گردشگری و... یک مکان/ منطقه و... هستند که موجب جذب گردشگران از سطوح مزبور می‌شوند. ارتباط سازمند این دو بخش اصلی گردشگری در سایه‌ی برنامه ریزی و سازماندهی ایجاد می‌شود (سازمان جهانی جهانگردی،۱۳۷۹: ۱٤-۱٦). به عبارت دیگر درون این شاخه‌ها و زیر سیستم کلی، جزئیات و عناصری است که برنامه ریزان و مدیران باید برای کسب موفقیت آن تلاش کنند و به گونه ای خدمات، تسهیلات و امکانات

1. Supply and Demand

گردشگری را فراهم نمایند که گردشگران به راحتی بتوانند، نیاز و خواسته‌ی خود را برآورده سازند (داس ویل، ۱۳۷۹: ۲۳۱– ۲٦۷).

تایلر[1] نیز معتقد است، گردشگری را باید به صورت سیستمی مرکب از عوامل عرضه و تقاضا در نظرگرفت؛ که با یکدیگر درارتباط‌اند. داخل این دو بخش سیستم کلی، عناصر و اجزایی قرار دارند که مدیران و برنامه ریزان باید برای کسب موفقیت آن تلاش کنند. برای تحصیل تقاضای گردشگری، یک ناحیه یا شهر و... باید قادر باشیم به گونه ای خدمات را فراهم کنیم که با نیاز و جواب‌های گردشگران مطابقت داشته باشد. وی این را به نام سیستم و دستگاه بازار[2] لقب داده است که با روش منطقی با عنصر تقاضای متغیر گردشگران، تناسب داشته باشد و بین تقاضا و عرضه مطابقت برقرار کند. به عبارت دیگر تطبیق عرضه با تقاضا (تعیین تفاوت میان آنچه گردشگر جستجو می‌کند و آنچه در آن ناحیه وجود دارد)، کلید راه رسیدن به توسعه‌ی صحیح و نهایی گردشگری است (Taylor,1980 : 55-56).

به نظر بولون[3] (۱۹۸۵) سیستم‌های گردشگری از سه جهت مورد توجه است: الف) الگوی تقاضا؛ ب) رویکرد انسان شناسی اجتماعی است که در بر گیرنده اوقات فراغت است؛ پ) الگوی گردشگری صنعتی که گرایش به تولید انبوه تجاری و سود دارد (Briones.J,Tejeida.P,Morales.M,2009:5).

۲. روش تحقیق

در این تحقیق برای بررسی سیستم گردشگری شهر مشهد از روش توصیفی- تشریحی استفاده شده است. روش به‌کار رفته به‌صورت کیفی با ماهیتی قیاسی است که در فضای واقعی، اطلاعات در مورد سیستم گردشگری شهر جمع آوری و ساختار نظری نیز هم زمان ایجاد شده است. در واقع برای بررسی کل و تحلیل زیرسیستم‌های گردشگری مشهد، ابتدا به توصیف اجزا و عناصر تشکیل دهنده‌ی گردشگری شهر (بخش عرضه) اعم از: جاذبه‌ها، حمل

1. Taylor
2.Market -Plant
3. Boullon

ونقل، واحدهای اقامتی- پذیرایی، خدمات و بنگاههای گردشگری، سازمان‌ها و اتحادیه‌ها، تبلیغات، اطلاعات و.... پرداخته شده و سپس با تشریح برخوردها و ماهیت کارکردهای سیستم، در نهایت با برجسته سازی اجزا و عناصر سیستم گردشگری به پیش بینی و ارایه‌ی راهبردهای کنترلی، جهت دست‌یابی به آینده‌ی مطلوب سیستم گردشگری شهر پرداخته شده است. براین اساس چارچوب نظری این تحقیق، مبتنی بر نظریه‌ی سیستمی[۱] است و گردشگری شهر مشهد به عنوان یک سیستم به مثابه‌ی یک کل، دارای اجزا و عناصر گوناگون و ساختارها و کارکردهای ویژه ای است(Jennings,2001:20-22).

همچنین روش جمع آوری اطلاعات به‌صورت پیمایشی و نیز اسنادی- کتابخانه ای انجام شده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست آمده از روش‌های میدانی و اسنادی- کتابخانه ای، اعم از: مصاحبه، مشاهده، منابع آماری، اطلاعات گرفته شده از ادارات و سازمان‌های ذی ربط(میراث فرهنگی، ، شهرداری، آستان قدس رضوی، سازمان هواپیمایی، راه آهن و...) ابتدا ارزشیابی شده، سپس با تحلیل کارتوگرافیک به نمایش در آمده است.

۳. مباحث نظری

تفکر سیستمیک، ریشه در حکمت علل غایی کل ارسطویی دارد؛ با این حال لودیگ برتالانفی[۲] برای نخستین بار مفهوم نظریه‌ی عمومی سیستم‌ها[۳] را به تعمیم از اصول نظریه‌ی سیستم‌های باز در دهه‌ی سی‌ام قرن بیستم در دانشگاه شیکاگو مطرح ساخت. وی معتقد بود در تجزیه و تحلیل و صورت بندی اصول عمومی سیستم‌ها، موضوع‌های مختلف از اعتبار جامع‌تری برخورداراند (Bertalanffy, 1972 : 405 -406). از این‌رو نگرش سیستمی راهی برای ورود و یکسان سازی علوم ایجاد کرد که با بسط نظریه‌ی سیبرنتیک[۴] از سال ۱۹٤۸ به بعد، توسط ریاضی‌دان آمریکایی نوربرت واینر[۵] ابداع گردید؛ جوهره‌ی اصلی این نگرش، بر

1. System Theory
2. Ludwig ven Bertalanfy
3. System Theory
4.Cybernetic
5. Norbort weiner

این مفهوم استوار است که تمام پدیده‌های جهان به عنوان مجموعه ای از سیستم‌های بزرگ و کوچک در تعامل و ارتباط با یکدیگر قرار گرفته اند و با شناخت عناصر و عملکرد این سیستم‌ها می‌توان رفتار آنها را تحت هدایت و نظارت در آورد(جنسن، ۱۳۷٦: ۱۷۱–۱۷۰).

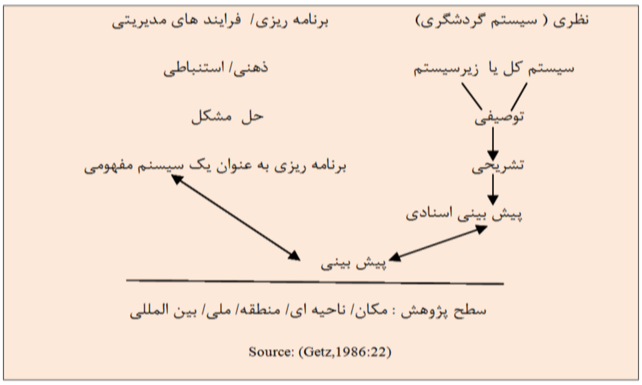
براین اساس، نگرش سیستمی به گردشگری، توسط بعضی از اندیشمندان این علم در دهه‌ی ۱۹۹۰ به بعد مطرح شده است. آنها اجزای متفاوت گردشگری را به صورت کلیت به هم پیوسته می دانند؛ به عنوان نمونه، گان[1] در سال ۱۹۹٤ این‌گونه از این عنوان دفاع کرد که گردشگری را باید به عنوان یک سیستم تعبیر کرد و همچنین اضافه کرد که تمام بخش‌های گردشگری به یکدیگر مربوط‌اند. پیج[2] در مقاله‌ی خود در سال ۱۹۹۵ از امتیازات نگرش سیستمی در گردشگری یاد می‌کند که بر اساس این نگرش، پیچیدگی‌های یک منطقه‌ی گردشگری مبدل به الگویی ساده می‌شود. میل[3] و موریسون[4] در سال ۱۹۹۲ با استفاده از این الگو به تشریح رابطه ی شبکه‌های تار عنکبوتی به هم پیوسته سیستم گردشگری پرداختند که دست زدن به یک قسمت این شبکه، اثر موجی سرتاسر شبکه را فرا می گیرد(Holden, 2000 :7- 8).

در مطالعات گردشگری واژه‌ی الگو دارای مفاهیم و استدلال‌های زیادی است. اغلب این استدلال‌ها در جهت پیش بینی مدل‌ها، ترسیم نمودار فرایند برنامه ریزی و یا برخی از ابعاد نظری سیستم گردشگری به کار می‌روند؛ بنابراین کاربرد معمول واژه الگو شاید به غلط استفاده شود؛ پس ضروری همیشه ذات و هدف الگوهای مورد تحقیق، مشخص گردد؛ همچنین باید توجه به تمایز اصلی بین الگوهای «برنامه ریزی/ فرایند مدیریتی» و الگوهای« نظری» که برخی از جنبه‌های کارکردی سیستم گردشگری را توضیح می دهند، داشت. پس دو دسته از الگوهای بنیادین گردشگری عبارت‌اند از؛ یکی **الگوهای نظری** که بر اساس آن سیستم گردشگری کل یا بخشی از کل، ترسیم، پیاده ساری و انطباق داده می شود و می توان آنها را بر حسب نزدیکی به واقعیت به تقسیمات جزیی تری نیز تبدیل کرد؛ این الگوها به سه دسته تقسیم می‌شوند: **الگوهای توصیفی**(به توصیف اجزای سیستم

1. Gunn
2. Page
3. Mill
4. Morrison

گردشگری می پردازند)، **الگوهای تشریحی** (به تشریح ماهیت کارکرد سیستم با و یا بدون در نظر گرفتن روابط معلولی آنها می پردازند) و **الگوهای پیش بینی کننده** (بر پایه‌ی دانش روابط علت و معلولی استوار است) ؛ و دیگری **الگوهای عملی/ فرایندی** است که مشتمل بر **الگوهای سنتی**(برای حل مشکل طراحی می شوند و از بیان اهداف ← ارایه‌ی گزینه‌های مختلف ← ارزشیابی گزینه‌ها ← انتخاب گزینه ← به اجرا می رسند)، **ذهنی/ استنباطی**(براساس تعصبات شخصی یا تفکرات خاص) و **تئوری سیستم‌ها**(تلفیقی از الگوهای نظری با فرایندی هستند) تقسیم می‌شوند. باید توجه کرد برخی از الگوهای پیش بینی کننده، پیرامون هر دو نمودار دور می زنند. آن الگوهایی را که فقط علت‌یابی‌های گرایشی دارند و یا استنباطی هستند (مثلا" تکنیک‌های دلفی، قضاوت‌های حرفه ای) می توان آنها را تکنیک‌های فرآیندی نامید که به توسعه‌های نظری ارتباطی ندارند. عناصر نهایی در **شکل** (۱) به ملاحظات سطح‌های مختلف استنباط و ادراک دربرنامه ریزی است. الگوهای گردشگری درمورد سیستم‌های کل و سیستم‌ها خرد در مقیاس‌های مختلف فضایی اعم از مکان/ پروژه، محلی، ناحیه، ملی یا بین المللی کاربرد دارند(Getz,1986:22-23).

شکل شماره ۱ طبقه بندی الگوهای گردشگری



چورلی[1] وهاگت[2] کاربرد الگوها را بدین شرح می نامند: کاربرد روان‌شناسانه، کاربرد اکتسابی/ فراگیری،

1. Chorley
2. Hagget

کاربرد استدلالی، کاربرد معیاری، کاربرد سیستم گونه و کاربرد ساختاری(Chorley and Hagget,1987).

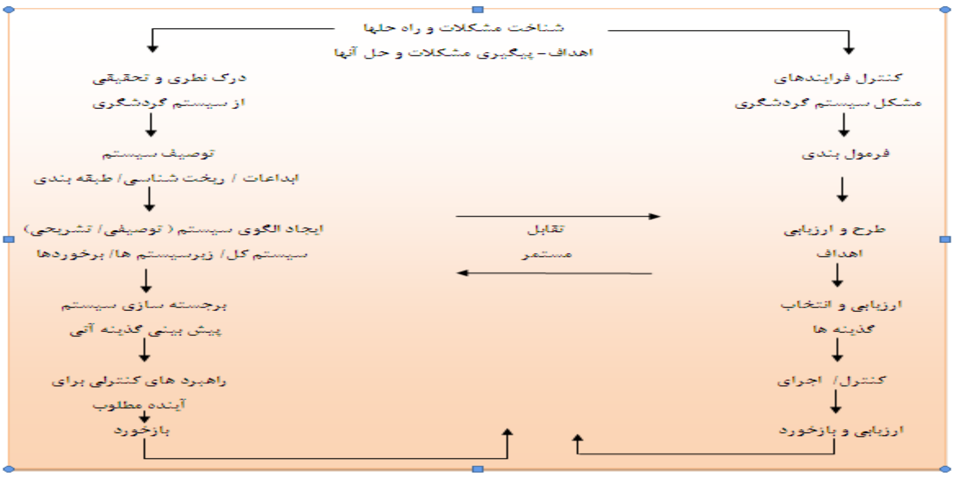
همچنین به راههای دیگری می‌توان الگوها را تقسیم بندی کرد:

- الگوهای مصور یا شکلی: این الگوها از نظر ظاهر شبیه دنیای واقعی با مقیاس تصویری هستند.
- الگوهای مشابه: برای نشان دادن تمایزات در یک مجموعه؛ مانند کاربرد رنگ در نقشه کاربری یک سرزمین .
- الگوهای سمبلی: برای توضیح سیستم‌ها یا فرایندها در الگوهای پیش بینی کننده از طرح و رسم استفاده می کنند.

البته برای شناخت مشکلات برخی از تحقیقات، می توان از تلفیق الگوهای برنامه ریزی/ فرایند مدیریتی با الگوهای نظری به الگوهای ترکیبی دست‌یابی پیدا کرد و طی فرآیندی معین و تقابل مستمر آنها به ارایه‌ی راه حل‌هایی در زمینه سیستم گردشگری نائل شد(شکل شماره ۲).

باید توجه داشت درچشم انداز و دورنمای یک سیستم، الگوها در زیر مجموعه نظریه‌ها قرارمی گیرند.نظریه‌های سیستم‌ها، دیدگاه‌های هستند که پدیده‌ها را تشریح می‌کنند و برای اداره سیستم‌ها به‌کار می‌روند. بنابر این الگوها در ابتدا توصیفی، سپس تشریحی و در نهایت پیش بینی کننده اند؛ بنابر این الگوها، پی ریزی و سازه‌های نظریه‌ها را تشکیل می دهند(Getz,1986:22-29).

شکل شماره۲. الگو سیستم‌های ترکیبی برای برنامه ریزی و نظریه‌های گردشگری



Source: (Getz,1986:29)

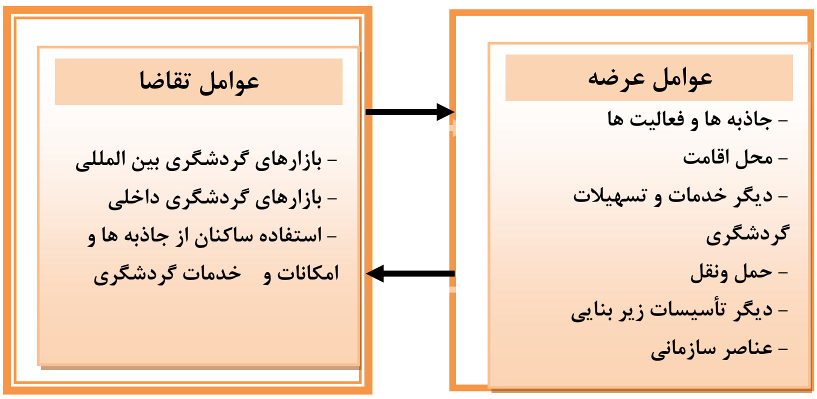
با این مقدمه در زیر به بررسی مهمترین دیدگاهها و الگوهای ارائه شده در زمینه‌ی سیستم گردشگری با توجه بنیادی ترین آنها (الگوهای برنامه ریزی/ فرایند مدیریتی و مدلهای نظری) می پردازیم:

- دیدگاه سازمان جهانی گردشگری

سازمان گردشگری جهانی(WTO)سیستم گردشگری را به دو بخش اصلی تقسیم می کند؛ یکی عوامل تقاضا، شامل بازارهای گردشگری بین المللی، داخلی(ملی و منطقه ای) و ساکنان محلی و دیگر عوامل عرضه، مشتمل برفعالیت‌ها و جاذبه‌ها (جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی، پارک‌های تفریحی، باغ وحش‌ها، باغ‌های گیاه شناسی، آکواریم‌ها و...)، محل اقامت (هتل‌ها، متل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها و...)، خدمات و تسهیلات گردشگری (دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری، رستوران‌ها، خرید، امور بانکی، مبادله‌ی ارز، خدمات و امکانات پستی و پزشکی و...)، حمل و نقل (هوایی، زمینی، دریایی)، امکانات و تأسیسات زیربنایی (شامل آب رسانی، برق رسانی، بهداشت، فاضلاب، دفع زباله و مخابرات) و عناصر سازمانی است(سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹: ۱٦-۱٤).

الگوی ارائه شده از طرف سازمان جهانی گردشگری بر پایه‌ی نظریه سیستمی است؛ این الگو با توجه به دو دسته الگوهای بنیادین گردشگری در طبقه بندی الگوهای نظری- سیستم گردشگری کل از گونه‌ی تشریحی است.

شکل شماره ۳. عناصر سیستم گردشگری (سازمان جهانی گردشگری)



مأخذ: سازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹ : ۱۵

- دیدگاه لیپر

لیپـــر[1](۱۹۷۹) الگوی خود را به عنوان یک چارچوب سازماندهی شده در بســیاری از مسائل گردشـــگری پیشنهاد کرده است. وی بسیـاری از مسـائل گردشـــگری را بـا توجه به فعالیت‌هـای آن در نظـر گرفتـه و بخـش‌هـای صـنعت را مجـاز بـه اسـتقرار می‌سازد و عامل جغـــرافیایی را در کل سفر اجتناب ناپـذیر، پـیش بینـی‌کنـد. او سـه عنصر اصلی را در سیستم گردشگری مؤثر می‌داند.

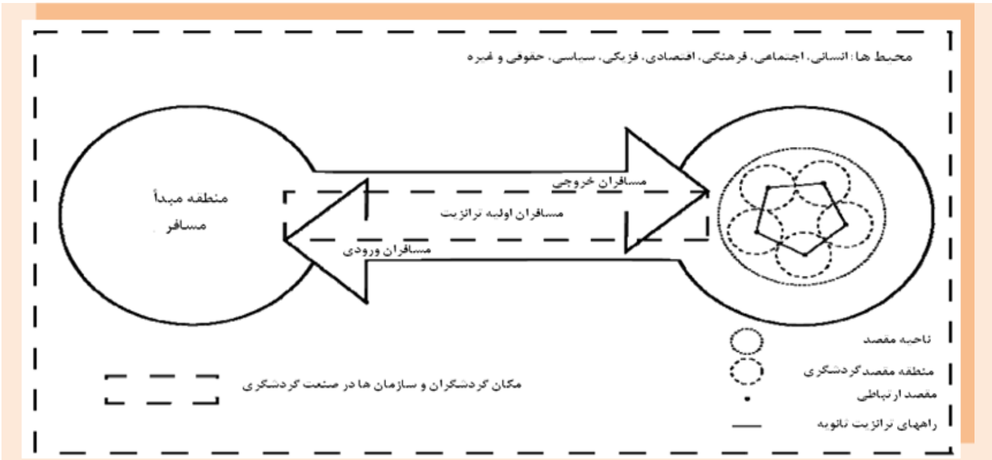
۱. گردشگران/گردشگر در ایـن سیسـتم یـک فاعـل اسـت. ۲. عوامـل جغرافیـایی: شامل: الف) منطقه تولید کننــــده مسافر(فشار برای برانگیختن سفر) ب) منطقـه مقصـد گردشگر(دلیل وجودی برای گردشگری) پ) منطقه حمل و نقل(مکـان‌هـای میـانی بـرای رسـیدن بـه مقصـد). ۳. صـنعت گردشـگری؛ مشـتمل بـر دامنـه ای از تجـارت‌هـا و سازمان‌های درگیـر در تــــوزیع محصـول گردشـگری هسـتند. هـر یـک از عناصـر و عـوامل سیسـتم گردشـگری لیپر نه تنـها بـــرای توزیـع محصــــول گردشـگری، بلکـه برای شرایط معامـلاتی و آثار گردشگری و البته زمینه‌های متفاوتی که در گردشـگری اتفـاق می‌افتـد، بـا یکـدیگر در تقابـل‌انـد(Leiper,2004:52-53/ Leiper, 1990 :23 /کوپر و دیگران،۱۳۸۰: ٦-٤).

الگوی ارائه شده از طرف لیپر بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی است؛ این الگـو در طبقـه بندی الگوهای نظری- سیستم گردشگری کل از گونه‌ی تشریحی است.

---

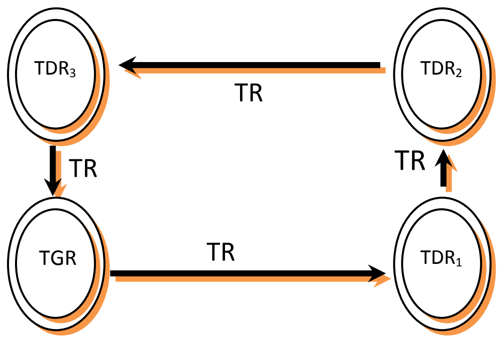
1 - Leiper

شکل شماره ٤. چرخه‌ی مستقیم دو سویه‌ی گردشگری به عنوان سیستم گردشگری کل



مأخذ: Leiper, 2004 :53

شکل شماره ۵. سیستم گردشگری (ناحیه محور مسافر، مبدا و مقصد گردشگر)– الگو لیپر



مأخذ: Leiper, 1990 :23

TGRمنطقه مبدا مسافر علائم بیان کننده نواحی مختلف مقصد گردشگر است

TR مسیر ترانزیت

TDRمنطقه مقصد گردشگری

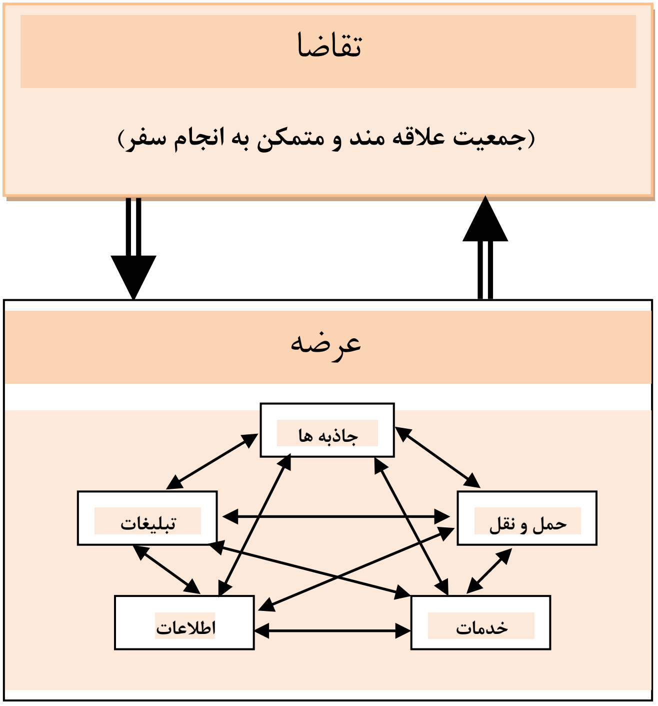
- دیدگاه گان

گان[1]، سیستم گردشگری را مبتنی بر دو بخش عرضه و تقاضا می‌داند؛ در بخش تقاضا، جمعیت علاقه مند و متمکن به انجام سفر و گردش (اعم از بازارهای داخلی و بین المللی) قرار داشته؛ و در بخش عرضه، بر عناصر و بخش‌های اصلی، مانند: جاذبه‌ها، حمل و نقل، خدمات، اطلاعات و تبلیغات تأکید دارد؛ هر یک از این عناصر در تعامل و ارتباط متقابل با یکدیگر قرار دارند و سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل می‌دهند. وی تأکید خاصی بر عناصر عرضه در سیستم گردشگری یک مکان دارد و موفقیت و پویایی گردشگری در یک مکان را در سایه‌ی تعامل، همکاری، ارتباط متقابل، کارایی و موفقیت عناصر متعدد و پیچیده ی بخش عرضه همانند: جاذبه‌ها، مراکز اقامتی، حمل و نقل، اطلاعات و تبلیغات می‌داند. گاهی به نظر می‌رسد برخی از عناصر و یا بخش‌های گردشگری اهمیت، کارایی و اثر بخشی سایر یا هر ترتیبی را در این خصوص نادیده می‌گیرند. به عبارت دیگر هر عنصری و یا بخشی از ساختار درونی سیستم (عوامل عرضه) مانند: صاحبان توسعه‌ی اقامت‌گاههای مسافران (هتل‌ها، متل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها، خانه‌ها، ویلاهای اجاره ای، کمپ‌ها، محل خواب، واحدهای پذیرایی و...) مؤسسات و آژانس‌های مسافربری، تأسیسات گردشگری و... از نگاه خودش به گردشگری نزدیکتر است؛ اما تأثیر عوامل خارجی(عوامل محیطی- بیرونی سیستم اعم از فرصت‌ها و تهدیدها) و دیگر عناصر و بخش‌های نیز بر پویایی عملکرد سیستم گردشگری دارای اهمیت است؛ در واقع گردشگری تنها از هتل‌ها و خطوط هوایی و دیگر بخش‌ها به صورت جداگانه تشکیل نشده است، بلکه کلیتی از اجزای مختلف و عمده‌ای است که با همدیگر ارتباط نزدیک و متقابل دارند. هر یک از این اجزا، عهده دار حرکت و پیشرفت در سیستم(عرضه و تقاضا) گردشگری است؛ درون این شاخه‌های کلی، جزئیات و عناصری است که هم برنامه ریزان و مدیران باید برای کسب موفقیت آنها تلاش کنند(Gunn , 2002: 33-35).

الگوی ارائه شده از طرف گان با توجه به دو دسته الگوهای بنیادین گردشگری در طبقه بندی الگوهای فرایند مدیریت و برنامه ریزی از گونه تئوری سیستم‌ها است.

1 - Gunn

شکل شماره٦. سیستم گردشگری (دیدگاه گان)



مأخذ: Gunn,2002 : 34

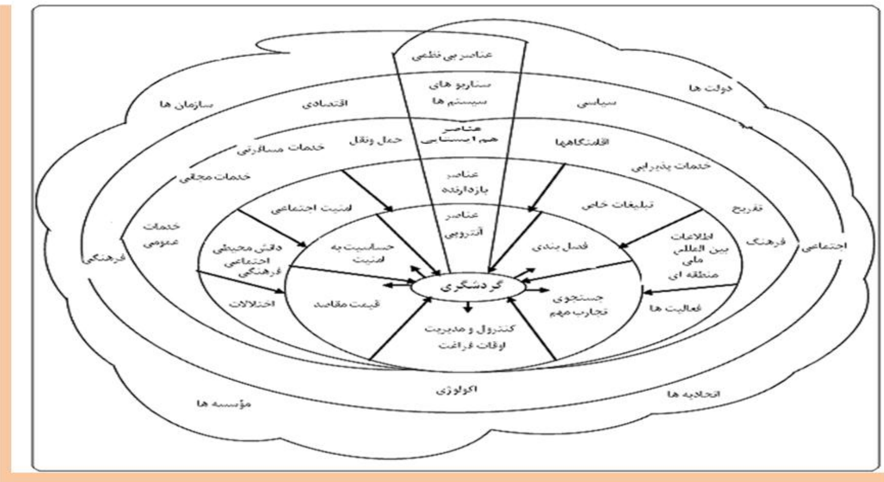
- دیدگاه بریونز، تجیدا و مورالس

آنها طی مقاله‌ای با عنوان «به‌طرف تکامل سیستم مفهومی گردشگری» در سال ۲۰۰۹ به تبیین و تکامل سیستم استنتاجی گردشگری بر اساس نگرش نو و انطباق با شرایط جدید و بی نظمی‌های جدید پرداخته اند. در این الگو عناصر آنتروپی، بازدارنده، هم ایستایی (همگن)، سناریوهای سیستم و عناصر بی نظمی با جزئیات خود به صورت چتری وحلقه‌های تودرتو از مرکز (گردشگری)، سیستم گردشگری را تشکیل داده که عناصر آنها با همدیگر دارای ارتباط متقابل دارند. در این الگو به‌طور نسبی تمامی عناصر مؤثر و تشکیل دهنده‌ی گردشگری، اعم از حمل ونقل، اقامت‌گاهها، خدمات ترابری ومسافرتی، خدمات پذیرایی، خدمات عمومی و رایگان، تفریح، فرهنگ و... را مورد بررسی

قرار داده و به درک مفاهیم ذهنی و واقعیت‌های بیرونی با توجه به ارزش و اهمیت عناصرگردشـگری پرداخته است(Briones.J,Tejeida.P,Morales.M,2009:5-11).

الگو ارائه شده زیر بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی پرورانده شده است؛ این الگو در طبقه بنـدی الگوهای نظری- سیستم گردشگری کل از گونه‌ی پیش بینی کننده است.

شکل شماره ۷. دیدگاه بریونز، تجیدا و مورالس



مأخذ: Briones.J,Tejeida.P,Morales.M ,2009: 9

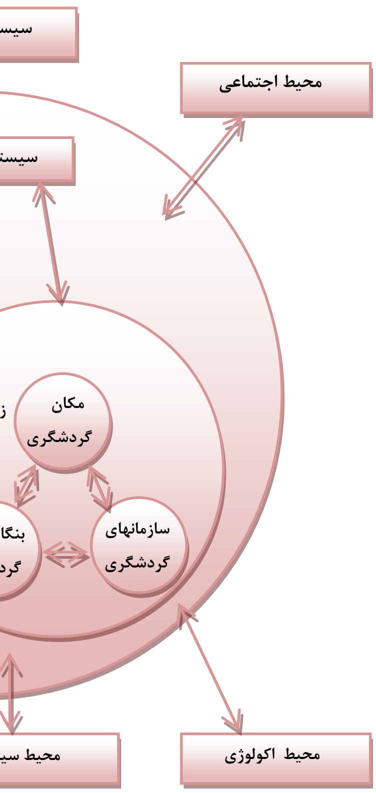
- دیدگاه کاسپار

کاسپار[1] گردشگری را همانند سیستمی باز مشتمل بر ساختار داخلی، اعم از زیر سیستم‌های موضوعی و فرعی با سیستم فرادست متشکل محیط‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فن آوری واکولوژی، که دارای ارتباط متقابل با یکدیگر هستند، به‌حساب می‌آورد ؛ وی عقیده داشت، نباید ساختار داخلی سیستم جـدای از محیط فرا دست در معنا و مفهوم آن بررسی شود؛ همین واقعیت که انسان در کانون رویداد گردشـگری قرار دارد، ما را وادار می سازد که از بررسی بخشی و گسسته چشم پوشـی کنـیم. مـا بایـد خودمـان را از اندیشه‌ی تک بعدی نگر، رها ساخته و در صدد برآییم حتی الامکان به طور یکپارچه بـه مسـائل بپـردازیم

1 - Kaspar

(Kaspar,C,1975:10-12/ مؤمنی، ۱۳۸٦: بیست و سه). الگوی کاسپار بر اساس طبقه بندی بنیادین الگوهای گردشگری، در زمره‌ی الگوهای نظری- سیستم کل و از گونه‌ی تشریحی است.

شکل شماره ۸ . سیستم گردشگری(الگوی کاسپار)



مأخذ:Kaspar,C.,1975:11

- دیدگاه هولدن

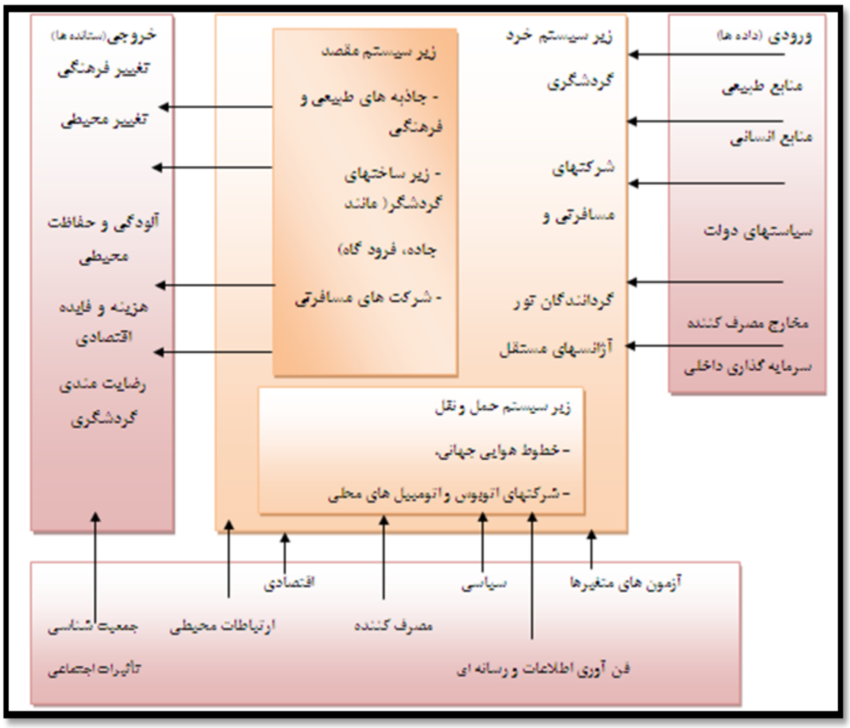
هولدن[1] از جمله اندیشمندانی است که گردشگری را به عنوان یک سیستم مورد توجه و بررسی قرار می‌دهد. او با به نمایش گذاشتن عناصر مختلف سیستم گردشگری، اهمیت داده‌های سیستم گردشگری در چشم انداز محیطی، منابع انسانی و طبیعی را یادآور و برجسته می‌نماید. وی معتقد است درون سیستم

1 - Holden

گردشگری سه بخش زیر سیستم، یعنی زیر سیستم مقصد، گردشگر و حمل و نقـل اهمیـت داشته که یکدیگر را پوشش داده و به یکدیگر نیز وابسته انـد. در زیـر سیسـتم مقصـد، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی برای جذب گردشگری مهم اسـت کـه منجـر بـه خروجـی سیستم می‌شود. داده‌های خروجی سیستم وابسته به درآمد و علاقه‌ی گردشگران است که تغییرات فرهنگی و محیطی جامعه را به‌دنبال خواهد داشت(Holden, 2000 : 8).

الگوی ارائه شده از طرف هولدن بر پایه‌ی نظریه‌ی سیستمی است؛ این الگو در طبقـه بندی الگوهای نظری- سیستم‌های کل از گونه پیش بینی کننده و اثرات اکولوژیکی است.

شکل شماره ۹. سیستم گردشگری، چشم انداز محیطی(دیدگاه هولدن)



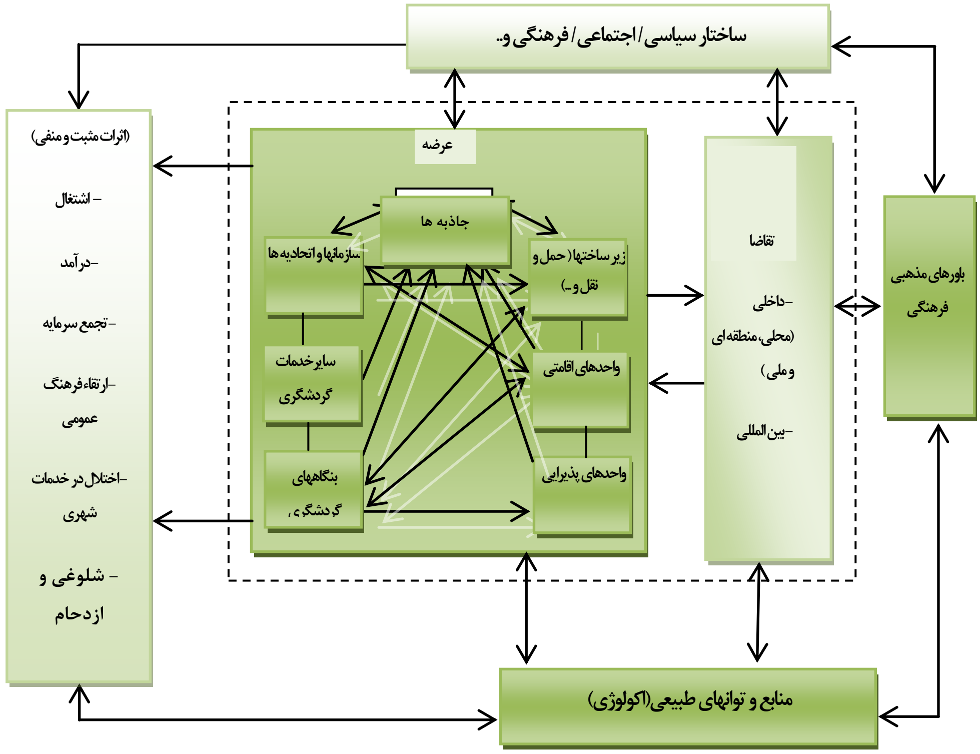
مأخذ: Holden , 2000: 9

٤. سیستم گردشگری کلان شهر مشهد

باید اقرار داشت که سیستم گردشگری کنونی مشهد محصول پیامدهای فضایی ارتباط متقابل جهان بینی(باورهای مذهبی/ فرهنگی) با محیط (منابع و توان‌های طبیعی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و...) از یک طرف با اجزا و عناصر عرضه (جاذبه‌ها، حمل و نقل، واحدهای اقامتی/ پذیرایی، خدمات و...) و تقاضا (زایران و گردشگران محلی، منطقه ای، ملی و بی المللی) از طرف دیگر است که در طول تاریخ خود با فراز و نشیب‌هایی اورگانیک گونه و گاهی سازمان یافته شکل گرفته است؛ به‌طوری‌که ساختار گردشگری آن خاص و کارکردهای آن متنوع، عام المنفعه و مشارکت داوطلبانه، خیرخواهانه مردمی و دسته‌های مختلف مذهبی را به خود جلب کرده است.

مشهد در سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۸۵ تعداد ٢٤٢٧٣١٦ تن جمعیت(www.sci.org) و با وسعتی حدود ۲۹۵ کیلومتر مربع در سال ۱۳۸۸، جایگاه دومین کلان شهر کشور را به خود اختصاص داده است (شهرداری مشهد، معاونت معماری و شهرسازی، ۱۳۸۸). این شهر در طول سال به ویژه در ایام خاص مذهبی، باستانی و اوقات فراغت، انبوه زایران و گردشگران داخلی و خارجی را جذب نماید؛ به‌گونه‌ای که در دهه‌ی گذشته از اقشار متفاوت اقتصادی جامعه بین ۱۲ تا ۲۰ میلیون زایر و گردشگر را به خود جذب کرده (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، ۱۳۸۸) و به عنوان بزرگترین کلان شهر گردشگری مذهبی جهان اسلام مطرح شده است؛ پس از مشهد به ترتیب، مدینه با ۱۳۰۰۰۰۰ تن در سال ٢٠٠٦ ، مکه ١٢٩٤١٦٧ تن در سال ٢٠٠٤ ، نجف ٥٨٥٦٠٠ تن در سال ٢٠٠٣ ، کربلا ٥٧٢٣٠٠ تن جمعیت، جایگاه دوم تا پنجم را در میان شهرهای مهم اسلامی را داشته‌اند(www.en.wikipedia.org).

شکل شماره ۱۰. فرایندکنونی سیستم گردشگری شهر مشهد



با این مقدمه در زیر به تشریح عوامل تشکیل دهنده‌ی سیستم گردشگری کلان شهر مشهد می پردازیم:

الف) باورهای مذهبی/ دینی

باید اقرار داشت باورهای مذهبی/ دینی زیربنایی ترین عامل تشکیل دهنده جریان و شکل گیری عناصر سیستم گردشگری مذهبی در شهر مشهد است. در واقع علت وجودی و حیات، شکوفایی، اعتبار، اهمیت، هویت، چشم انداز فرهنگی، ساختار و کارکرد سیستم گردشگری کلان شهر مشهد، مرهون برآیند باورهای مذهبی و فرهنگ معنوی شیعه دوازده امامی به اصل امامت و اعتقاد به شهادت علی بن موسی الرضا(ع) امام هشتم شیعیان در سال ۲۰۳ هجری

قمری است(مولوی: ۱۳۵٦: ۹٤-۸۹ / سجادی، ۱۳۷٦: ۳٤۰).

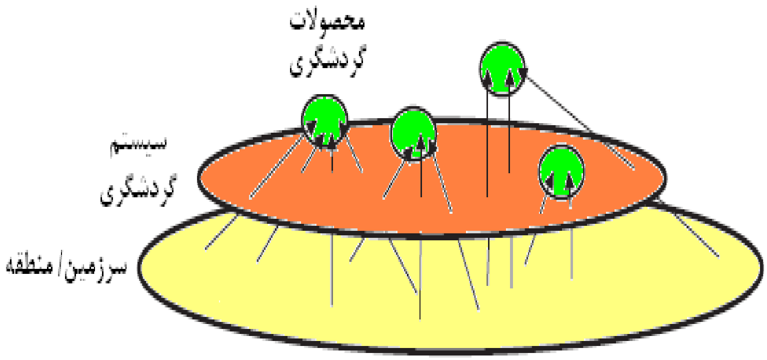
به عبارت دیگر شکل گیری سازمان فضایی آستان قدس رضوی(حرم مطهر رضوی و مجموعه بیوتات وابسته به آن) برآیند باورهای مذهبی و فرهنگ معنوی شیعی است که ریشه در تاریخ و دوره‌های گوناگون گذشته، فرهنگ مادی ایرانی، تأثیرات فرهنگی سرزمین‌های مجاور(هندی ـ تبتی و...) دارد. از این رو مشهد جزو شهرهای مقدس جهان است که در پرتو جهان بینی, پدید آمده و سرشت، حیات و شکل گیری فضایی و زندگی اجتماعی ـ اقتصادی آن کاملاً تحت تأثیر عامل مذهبی ـ فرهنگی و گردشگری برخاسته از آن شکل گرفته است.در واقع مذهب به عنوان اصلی ترین عنصر فرهنگ در ادوار مختلف در تولید فضا، نقش‌بندی مکان‌های مذهبی تأثیر و نقش و اثر خود را بر سیمای ساختار و کارکرد شهر(معماری، تأسیسات، امکانات، اقتصاد و...) ظاهر و جلوه گر کرده است(شکوئی،۱۳۷۲: ۲۵-۵)؛ چنان‌که کیفیت عمومی شهر سازی، شیوه‌ی طراحی سازمان فضایی کارکردهای زندگی انسانی در شهرهای اسلامی، از همان آغاز با توجه به جهان بینی اسلامی, به‌طورآگاهانه بر محور بنیاد سه عنصر اصلی یعنی مسجد، بناهای حکومتی و بازار شکل گرفته است(مؤمنی،۱۳۷۷ :۳۷).

ب) توان‌های محیطی

منابع و توان‌های محیطی(آب، خاک و...) از جمله عوامل مؤثر بر سیستم گردشگری مشهد است که ضمن شکوفایی اقتصاد منطقه (کشاورزی، باغداری و دامداری) نیازهای اولیه‌ی زایران و گردشگران را نیز فراهم ساخته است. در واقع برخورداری از قوت‌ها محیطی، اعم از موقعیت (همجواری با کشورهای آسیای مرکزی و افغانستان)، تنوع ناهمواری‌ها و مناطق ییلاقی گردشگری در پیرامون خود(طرقبه، شاندیز، زشک، کنگ، نغندر، کارده، ازغد، مایانات و...)، آب و هوا (وجود چهار فصل معین با میانگین درجه حرارت متوسط ۱۳/۸و بارندگی۲۵٦ میلی‌مترکه با توجه به روش دومارتن جزو اقلیم نیمه خشک با زمستان‌های نسبتاً سرد و تابستان‌های نسبتاً معتدل قرار می‌گیرد) (مرکز اقلیم شناسی استان خراسان رضوی،۱۳۸۸)، منابع آب جاری(جاری بودن سرشاخه‌های رودخانه کشف رود مانند: زشک، شاندیز، دهبار، طرق و...) و زیرزمینی(در مرکز دشت مشهد سطح

ایستایی مابین۱۰ تا ۵۰ متر است) (وزارت نیرو، شرکت سهامی آب منطقه ای استان خراسان،۱۳۷۸: ۴۷-۲۵) ، خاک‌های حاصلخیز دشت مشهد و پوشش گیاهی (ارتفاعات هزار مسجد و بینالود محل ییلاق عشایر بوده و دارای پوشش گیاهی نسبتاً انبوه است) موجب غنای نسبی منابع گردشگری و تنوع کارکردهای گردشگری شهر و منطقه شده است(سازآب شرق، ۱۳۷۵: ۱۲-۹).. به عبارت دیگر توان‌ها و غنای نسبی منابع محیطی موجب شده تا شهر، علاوه بر جذب زائران حضرت رضا(ع) به عنوان شهر سیاحتی در زمینه‌های طبیعی، تفریحی و... نیز مورد توجه گردشگران قرار گیرد. بنابراین، وجود جاذبه‌های مهیا (طبیعی) در منطقه‌ی مشهد، ضمن تنوع بخشیدن به محصولات گردشگری شهر و منطقه(گردشگری تفریحی، طبیعت گرا و...)، تصویر نسبتاً زیبایی را از شهر و منطقه در ذهن گردشگران ایجاد کرده و به نوبه‌ی خود موجب پخشایش گردشگران در سطح منطقه شده و بر توان اکولوژیک کلان شهر مشهد نیز افزوده است.

شکل شماره ۱۱. الگوی تحلیلی پویایی سیستم گردشگری- رویکرد چند سطحی



پ) محیط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی

خراسان سرزمین پارتیان دارای تاریخ کهن و اساطیری پر فراز و نشیبی است. این خطه وقتی خورشید هشتم ولایت و امامت در سال ۲۰۳ ه.ق در دامن پاک خود جای داد(یعقوبی، ۱۳۴۳: ۸۳-۸۲)، خاکش سجدگاه دوستداران حضرت حق قرار گرفت و همه ساله هزاران تن

دلباخته حرم دوست، از سراسر جهان برای زیارت و گردش به ایــن ســرزمین ســفر مــی‌کننــد. پیشینه‌ی تاریخی و هوّیت این شهر در گرو باورهــای مــذهبی/فرهنگی آن اســت، لــذا ســاختار اجتماعی، قومی و فرهنگی آن متنوع بر پایه‌ی گــرایش‌هــا و باورهــای مشــترک مــذهبی شــکل گرفته است. حکومت‌ها در طول تاریخ، با توجه به گــرایش‌هــای فرهنگــی خــود واکــنش‌هــای متفاوتی با این شهر داشته اند؛ به عبارت دیگــر در طــول تــاریخ رشــد و توســعه‌ی گردشــگری مذهبی/ زیارتی مشهد تا حد زیــادی متــأثر از چگــونگی برخــورد (عــاطفی و یــا خشــونت و...) دولت‌ها با توجه به مبانی فکری- فرهنگی آنها بوده است؛ به گونه ای که زیارت و گردشــگری مذهبی مشهد در دوره حکومت‌های غزنویان، ســلجوقیان، خوارزمشــاهیان، مغــول و ســامانیان، تابع عملکرد حکام وقت بوده و با فرود و صعودهایی مواجه بوده اســت (اعتمادالســلطنه، ۱۳۰۱: ۳۲٤- ٤۵). دوران شکوفایی زیارت و اماکن متبرکه در این شــهر را بایــد متعلــق بــه دوره‌هــای سامانیان، صفوی، افشاریه و جمهوری اسلامی دانست؛ به گونه‌ای که مشهد مورد پیوند عــاطفی نسبی این حکومت‌ها قرار گرفته و رشد و توسعه زیادی پیدا کــرده اســت. ایــن شــهر در حــال حاضر به عنوان بزرگترین کلان شهر مذهبی جهان اســلام و دومــین کــلان شــهر کشــور تلقــی می‌شود؛ به‌طوری‌که وسعت، جمعیت و تعداد زایران و گردشگران این شــهر از ســال ۱۳۵۵ تــا سال ۱۳۸۵ حدود ٤ برابر (وسعت از ۷۸به ۲۹۵/ جمعیت از ٦٦۷۷۷۰ تــن بــه ۲٤۲۷۳۱٦ تــن/ تعــداد گردشــگران از٦۲۷۷۲۰۳ بــه ۲۰۰۹۹۸۵۹) افــزایش پیــدا کــرده اســت (شــهرداری مشــهد/مرکز آمــار ایران۱۳۵۸،۱۳۵۵- www.sci.org/ اداره کل میراث فرهنکی خراسان رضوی).

ت) عناصر سیستم گردشگری در بخش عرضه

جاذبه‌ها

بارگاه مطهر حضرت رضــا(ع) بــه عنــوان بنیــادی تــرین جاذبــه شــهر،، ســایر جاذبــه‌هــای گردشگری شهر و منطقه را اعم از مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری، تاریخی و... تحــت تــأثیر خود قرار داده و موتور محرکه‌ی سیستم گردشگری شهر مشــهد محســوب مــی‌شــود. متأســفانه ارتباط متقابل سازمند بین جاذبه‌های گردشگری شهر با سایر عناصر گردشگری وجود ندارد؛ با

ایـن حـال جاذبـه‌هـای گردشـگری مشـهد را بـر اسـاس طبقـه بنـدی سـازمان جهـانی گردشگری(WTO) می‌توان به صورت زیر تقسیم بندی کرد:

جدول شماره ۱ : تقسیم بندی انواع جاذبه‌های گردشگری مشهد

انواع جاذبه‌ها	شرح
تاریخی/ فرهنگی	مجموعه حرم مطهر، گنبد خشتی، خواجه ربیع، گبد سبز، مصلای مشهد، مصلای طرق، شهر توس، باغ نادری، مسجد شاه(هفتادو دو تن) و حمام شاه، مقبره پیر پالاندوز، خانه ملک و...
طبیعی	هزار مسجد، چشمه گراب، چشمه جنگ، رودخانه وکیل آبادو...
انسان ساخت	بازار رضا، سرزمین موج‌های آبی، پارک ملت، کوهستان پارک شادی،/ پارک جنگلی طرق و...

مأخذ: مطالعات میدانی نگارنده-۱۳۸۹

زیرساخت‌ها و حمل و نقل

زیرسـاخت‌هـای گردشـگری دامنـه‌ی گسـترده ای فعـالیتی را دارنـد و شـامل امکانـات و تأسیسات آب، برق، گاز، تلفن، فاضلاب و حمل ونقل مـی‌شـود؛ امـا اهمیـت حمـل ونقـل در سیستم گردشگری به اندازه ای است که به عنوان یک عنصر جداگانه قلمداد می‌شـود (سـازمان جهانی جهانگردی، ۱۳۷۹ :۱۵-۱٤)؛ با این حال، شهر مشهد به غیر از فاضلاب کـه هنـوز تمـامی مناطق شهر از آن برخوردار نیست، از سایر امکانات و تأسیسات مزبور برخـوردار اسـت. شـهر مشهد از نظر حمل ونقل، دارای امکانات هوایی (فرودگاه بین المللی است که دارای مسیر ارتبـاطی مستقیم و غیر مستقیم با سایر فرودگاههـای داخلـی و خـارجی اسـت- سـازمان هواپیمـایی کشـوری، ۱۳۸۹)، ریلی (متصل به شبکه‌ی ریلی کشوری و ایستگاه راه آهن که حدود ۳۷ درصـد مسـافران وارد شده به مشهد در سال ۱۳۸۸ از این طریق بوده- راه آهن جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۹) و جـاده ای برون شهری (دارای پایانه مسافربری، بزرگراه و...بوده که حـدود ٦۳ درصـد مسـافران وارد شـده بـه مشهد در سال ۱۳۸۸ از این طریق بوده- سازمان پایانه‌های مسافربری استان خراسان رضـوی،۱۳۸۹) و

درون شهری (حدود۱٦۰۰دستگاه اتوبوس، حدود ۷۵۰۰ تاکسی و حدود ۱۲۰۰۰دستگاه تاکسی تلفنی) است (سازمان اتوبوسرانی/ سازمان تاکسیرانی مشهد، ۱۳۸۹)؛ با این حال هر یک از امکانات حمل ونقل بالا، دارای مدیریت جداگانه‌اند؛ و هیچ‌گونه ارتباط متقابل سازمندی بین امکانات و تآسیسات زیربنایی و حمل ونقل با سایر عناصر گردشگری مشهد وجود ندارد .

واحدهای اقامتی/ پذیرایی

تأسیسات و امکانات اقامتی و پذیرایی از جمله عناصر ثانویه[1] سیستم گردشگری هستند که می‌توانند نقش مؤثری را در پویایی گردشگری شهر و مناطق بر عهده داشته باشند(Law,2002:157). بر اساس مطالعات به عمل آمده، واحدهای اقامتی شهر مشهد شامل صد هتل، دویست و بیست و هشت هتل آپارتمان، چهارصد وهفتاد وپنج مهمانپذیر، هشتاد ویک زائرسرا، بیست وپنج پانسیون، دویست وچهار حسینیه ، هزار وصد وچهار خانه‌های اجاره ای، دو کمپ و... است؛ همچنبن تعداد سیصد وبیست وهشت واحد پذیرایی تا پایان سال ۱۳۸۸در سطح شهر مشهد فعالیت داشته است (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی/ اتحادیه رستوران داران مشهد، ۱۳۸۸)؛ این در حالی است که ضمن چندپارچگی مدیریتی واحدهای اقامتی و پذیرایی بالا، ارتباط متقابل سازمند بین آنها با سایر عناصر گردشگری وجود ندارد.

دفاتر خدمات مسافرتی

براساس آمار اطلاعات اخذ شده تا سال ۱۳۸۹ حدود دویست وچهل دفتر خدمات مسافرتی فعالیت داشته که ضمن چند پارچگی مدیریتی بین آنها (هر یک از آنها زیر نظر سازمان میراث فرهنگی، سازمان هواپیمایی کشوری، حج و زیارت و یا شرکت رجا می باشند) ارتباط متقابل سازمند نیز با سایر عناصر گردشگری شهر ندارند (اداره کل میراث فرهنگی،

1 -Secondary ‌Elements

صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی/ انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی مشهد، ۱۳۸۸).

سازمان‌ها و اتحادیه‌ها

سازمان‌ها و اتحادیه‌های زیادی در ارتباط مستقیم با گردشگری شهر و منطقه هستند(گی/ سازمان جهانی جهانگردی،۱۳۸۲: ۲٦۹-۲٦۸)؛ که در این میان می توان از آستان قدس رضوی، میراث فرهنگی، شهرداری، اوقاف و امور خیریه، اتحادیه‌ی هتلداران، هتل آپارتمان‌داران، مهمان‌پذیران، رستوران داران ،سازمان پایانه‌ها وحمل ونقل استان، راه آهن و شرکت رجا، اداره کل فرودگاههای استان، سازمان هواپیمایی کشوری و انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی نام برد؛ ولی متأسفانه ضمن چند پارچگی هریک، دارای ارتباط متقابل سازمند با سایر عناصر گردشگری کلان شهر مشهد نیستند (مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۸۹).

سایر خدمات

شهرمشهد به جهت تمرکز مضاعف خدمات مختلف در دل خود، به عنوان یکی از شهرهای پولاریزه کشور مشهور است؛ به‌طوری‌که در شرق کشور رقیب همتایی ندارد (شهر مشهد، ٦۹/۷۷ درصد از تخت بیمارستان، ۷۳ درصد از پزشکان متخصص، ۷۰/۸٦ درصد از چاپخانه‌ها،۸۷/۹ درصد از هتل‌ها، ۹۱/۳۹ درصد از تخت واحدهای اقامتی، ۹۱ درصد از میهمان پذیرها و...را در استان در سال ۱۳۸٦به خود اختصاص داد) (سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان رضوی۱۳۸۷: ۵۵۲-٤٦). ؛ و همین تمرکز خدمات و پایین بودن نرخ نهایی کالاها و خدمات گردشگری (مانند پذیرایی- قیمت متوسط یک پرس جوجه کباب در سال ۱۳۸۹ حدود ۳۰۰۰۰ ریال بوده- متوسط قیمت اتاق در شبانه روز در بعضی از واحدهای اقامتی مانند حسینیه‌ها و مهمانپذیر، حسینیه‌ها، منازل شخصی در سال ۱۳۸۹ حدود چهل هزار ریال بوده است و...) به نوبه‌ی خود موجب جذب زایران و گردشگران زیادی به شهر مشهد شده است؛ پایین بودن قیمت کالا در شهر مشهد، متأسی از کارکرد ویژه گردشگری مذهبی شهر مشهد در ارتباط با باورهای مذهبی/ فرهنگی مانند رایج بودن فعالیت‌های خیرخواهانه، فرهنگ وقف، دریافت اعانات و

نذورات، هدایا، ، عام المنفعه خدمات، مشارکت داوطلبانه، خیرخواهانه مردمی، احترام و کمک به زایران، تقاضای زیاد گردشگران، پایین بودن قیمت نیروی انسانی و کم تخصص، هم‌جواری با کشور افغانستان و ورود کالاهای قاچاق مواد غذایی مانند برنج، دام زنده به منطقه و...است. با این حال ارتباط متقابل سازمند بین خدمات با سایر عناصر گردشگری وجود ندارد (مطالعات میدانی نگارنده، ۱۳۸۹).

روند سیستم گردشگری شهر مشهد در سده‌ی اخیر

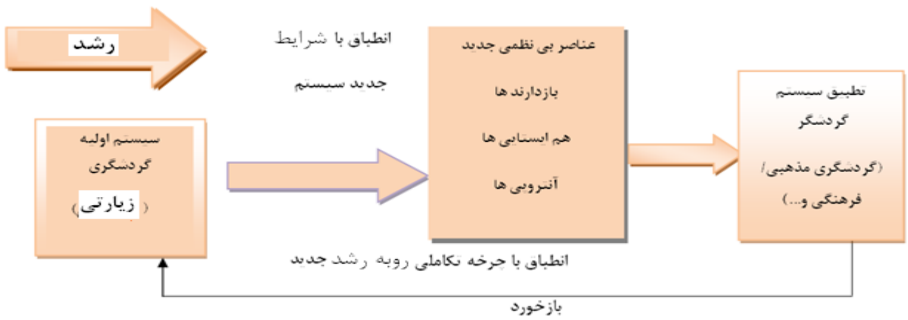
ساختار و کارکرد سیستم گردشگری شهر مشهد تا قبل از سده‌ی اخیر(پیش سرمایه داری) با توجه به بنیادی‌ترین جاذبه اش(حرم مطهر) همانا زیارتی و مذهبی بوده و اجزا و عناصر سیستم گردشگری شهر نیز به صورت ارگانیک در انطباق با نیازهای اولیه زایران، عمدتاً در پیرامون حرم مطهر رضوی شکل گرفته بوده ؛ اما در سده‌ی اخیر به دنبال تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهانی که با تفاوت‌ها و اشتراکاتی بر شهرهای جهان، جهان سوم و ایران حادث شده، شهر مشهد نیز از این تحولات به‌دور نبوده و تحول و تکامل زیادی در سیستم گردشگری شهر و ساختار و کارکرد آن پدیدار شده است(مؤمنی و همکاران،۱۳۸۷: ۳۰-۱۷)؛ به‌گونه‌ای که در ابتدای سده‌ی اخیر به دنبال تحولات اجتماعی، فرهنگی در مقیاس‌های مختلف، بی نظمی‌ها و عوامل بازدارنده جدیدی در سیستم گردشگری شهر و منطقه مشهد ایجاد شد که به دنبال آن هم ایستایی و آنتروپی در بخش عناصر عرضه (جاذبه‌ها، واحدهای اقامتی- پذیرایی، حمل ونقل، خدمات و...) آن پدیدار گشته و سپس با گذشت زمان به‌تدریج انطباق نسبی میان اجزاء و عناصر عرضه با تقاضا (تغییر در گرایش‌ها ونیازهای خدماتی زایران و گردشگران شهر ومنطقه) گردشگری مشهد حاصل شده و سیستم (ساختار، کارکرد) کنونی شهر به‌طور ناکارآمد شکل گرفته است؛ البته انگیزه‌های گردشگری شهر نیز از شکل زیارتی(تک انگیزه ای) به طرف سایر گردشگری‌ها (چند انگیزه‌ای) مانند مذهبی، فرهنگی، طبیعی، تفریحی، تجاری و... سوق پیدا کرده است. رشد و توسعه فضایی شهر نیز تقریباً از

همین گرایش پیروی کرده و از تأسی پذیری انحصاری از جاذبه‌های مذهبی شهر به طرف جاذبه‌های طبیعی- تفریحی و مناطق ییلاقی شهر گرایش شدید یافته است.

البته روند کنونی سیستم گردشگری شهر در سایه‌ی تمهیدات و گرایش‌های عاطفی جمهوری اسلامی، همان‌گونه که اشاره شد در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، فضای کالبدی شهر و از جمله اجزاء و عناصر سیستم زیارتی و گردشگری شهر (تنوع در جاذبه‌ها، حمل ونقل ، اقامتی/ پذیرایی، فن آوری اطلاعات، بنگاههای گردشگری، عناصر سازمانی ، سایرخدمات و...) رشد و توسعه‌ی قابل توجهی پیدا کرده و منافع اقتصادی زیادی همچون اشتغال، درآمد ملی، افزایش تولید ناخالص ملی، تحصیل ارز و... برای شهر و منطقه به ارمغان آورده است.

از طرف دیگر ناپایداری نیز در زمینه‌های مختلف اکولوژیک (آلودگی هوا، کمبود آب شرب و آلودگی آن)، اجتماعی فرهنگی (سرقت، مفاسد اجتماعی و...) و اقتصادی (مشاغل کاذب و...) شده است (مؤمنی و همکاران،۱۳۸۷: ۳۳-۳۱).

شکل شماره ۱۲. روند رشد سیستم گردشگر مشهد



نتیجه گیری

اگرچه حدود سه دهه از نگرش سیستمی در ادبیات علمی گردشگری جهان می گذرد، اما در ایران این نگرش به صورت مدون مورد غفلت واقع شده است. در این نگرش گردشگری به عنوان یک کل با هویت مستقل و به هم پیوسته که دارای زیر سیستم، عناصر، ارتباط

متقابل، شبکه، سلسله مراتب، ساختار،کارکرد، قوت، ضعف، فرصت و تهدید می باشد، مورد توجه قرار می‌گیرد. در واقع در نگرش سیستمی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیرگذار برگردشگری را، همچون سازمان‌ها و شرکت‌های، اجتماع محلی، گردشگران، محیط و... را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد؛ چنان‌که دانشمندان و صاحب نظران به نامی هم چون لیپر، گان، هولدن و ... دارای چنین دیدگاهی بوده اند و توانسته اند با بهره گیری از نگرش سیستمی ضمن شناخت کلیت وجامع گردشگری از منافع آن برای رفاه اجتماعات محلی و گردشگران بهره جویند.

بر این اساس نگارنده، گردشگری کلان شهر مشهد را به عنوان یک سیستم مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده است. مطالعات به عمل آمده بیانگر این واقعیت است که سیستم گردشگری (عرضه و تقاضا) شهر مشهد، متأسی از اعتقادات و باورهای مذهبی/ فرهنگی مردم، ساختار سیاسی، اجتماعی، فرهنگی کشور و منابع و توان‌های طبیعی منطقه به عنوان عوامل محیطی است؛ در واقع اعتقادات و باورهای مذهبی- فرهنگی مردم (اعتقاد به امامت، شهادت، زیارت، ثواب، قربت به خدا و...) موجب خلق فضای جغرافیای و چشم اندازفرهنگی و موتور محرکه‌ی اقتصاد، اجتماع، فرهنگ و گردشگری مذهبی شهر مشهد شده است؛ همچنین همراهی و مساعدت منابع و توان‌های طبیعی منطقه (منابع آب، خاک، اقلیم و...) به نوبه‌ی خود بر کیفیت، اهمیت و اعتبار شهر افزوده است؛ البته همراهی، پیوند عاطفی و یا ممانعت حکومت‌های سیاسی وقت نیز از جمله عوامل محیطی فرادست، مؤثر بر سیستم گردشگری شهر مشهد در طول تاریخ بوده است.

از طرف دیگر اجزا و عناصر ساختار داخلی شهر در بخش عرضه (جاذبه‌ها، واحدهای اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی، خدمات، سازمان‌ها و اتحادیه‌های ذی ربط و...) نیز در طول تاریخ در انطباق تدریجی با تقاضا (داخلی و خارجی) شکل گرفته است. ساختار و کارکرد هر یک از عناصر گردشگری شهرمشهد به عنوان جزئی از سیستم گردشگری شهر، متأثر و در ارتباط با بنیادی ترین جاذبه (حرم مطهر) است و کلیت گردشگری مذهبی- فرهنگی شهر را پدیدار ساخته است. سیستم کنونی گردشگری شهر، ضمن آن که دارای اثرات مثبتی در زمینه‌ی اقتصادی

(اشتغال، درآمد و...)، فرهنگی– اجتماعی و... بوده است؛ شـهر را بـا ناپایـداری‌هـایی در بخـش‌هـای مختلـف اکولوژی، اجتناعی/ فرهنگی و اقتصادی روبرو ساخته است.

با این حال کوتاه سخن پیشنهاد می‌شود، جهت پویای سیستم گردشگری کلان شهر مشـهد کـه گریبـان گیر چندپارچگی و نبود مـدیریت یکپارچـه‌ی گردشـگری اسـت، ارتبـاطی دوسـویه بـین عناصـر سیسـتم گردشگری برقرار گردیده و نهادی فراگیر و فرادسـت، متشـکل از کنشـگران ذی ربـط بـرای افـزایش رفـاه گردشگران و توسعه‌ی گردشگری شهر و منطقه به‌شکل همسو و یکپارچه ایجاد گردد.

در پایان مراتب تقدیر و تشکر صمیمانه خود را از مرکز اقلیم شناسی استان خراسان رضـوی، اداره کـل میراث فرهنگی، ، صنایع دستی و گردشگری استان خراسان رضوی، شـهرداری مشـهد، راه آهـن و سـازمان هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران ،سازمان پایانه‌های استان خراسـان رضـوی، سـازمان اتوبوسـرانی مشـهد ، سازمان تاکسیرانی مشهد، شرکت آب و فاضلاب مشـهد، شـرکت آب منطقـه ای اسـتان خراسـان رضـوی، اتحادیه‌ی رستوران داران که هر یک به نوبه‌ی خود با اریه‌ی آمار و اطلاعات به تدوین این کمک نمـوده انـد، اعلام می دارد.

شایان ذکر است، این مقاله بر گرفته از طرح پژوهشی شماره ۲ با عنوان "تحلیل سیستم گردشگری کـلان شهر مشهد"، مصوب شورای پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد.

کتابنامه

۱. اعتماد السلطنه، محمد حسن خان.(۱۳۰۱)، ***صنیع الدوله: مطلع الشمس***، سه جلدی، سـازمان انتشـارات و آموزش انقلاب اسلامی.

۲. جنسن، آریلد هولت.(۱۳۷٦)، ***جغرافیا، تاریخ و مفاهیم، مکاتب، فلسفه و روش شناسـی***، ترجمـه‌ی: جـلال تبریزی، انتشارات پال چایمن، لندن.

۳. داس ویل، راجر.(۱۳۷۹)، ***مدیریت جهانگردی***، ترجمه‌ی دکتر سید محمد اعرابی و داود ایـزدی، دفتـر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ دوم، تهران.

٤. سادوسکی.و. ن/ بلاوبرگ.ا. و/ پودین ا.گ.(۱۳٦۱)، ***نظریه‌ی سیستم‌هـا مسـائل فلسـفی و روش شـناختی***، ترجمه‌ی: کیومرث پریانی، نشر تندر.

۵. سازآب شرق، شرکت مهندسین مشاور.(۱۳۷۵)، م***طالعات شناسایی استعدادهای طبیعی، کشاورزی- دامداری- دامپروری،*** طرح توسعه‌ی شهرستان‌های شمال و مرکزی خراسان، جلد اول، جهاد سازندگی استان خراسان.

٦. سازمان جهانی جهانگردی.(۱۳۷۹)، ***برنامه ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی،*** ترجمه‌ی: دکتر محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۷. سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان خراسان.(۱۳۸۷)، ***سالنامه‌ی آماری استان خراسان رضوی.***

۸. سجادی، صادق.(۱۳۷٦)، ***آستان قدس رضوی،*** دایره‌المعارف بزرگ اسلامی، جلد اول.

۹. شکوئی، حسین.(۱۳۷۲)، "جغرافیا و مذاهب"، ***فصلنامه‌ی تحقیقات جغرافیایی،*** شماره مسلسل ۳۰، پاییز.

۱۰. فرشاد، مهدی.(۱۳٦۲)، ***نگرش سیستمی،*** انتشارات امیرکبیر، تهران.

۱۱. کوپر، کریس/ فلچر، جان/ گیلبرت، دیوید/ ون هیل، استفان.(۱۳۸۰)، ***اصول و مبانی جهانگردی،*** ترجمه‌ی: اکبر غمخوار، انتشارات فرآماد، چاپ اول.

۱۲. گی، چاگ. وای/ سازمان جهانی جهانگردی.(۱۳۸۲)، ***جهانگردی در چشم انداز جامع،*** ترجمه‌ی: علی پارسائیان و سید محمد اعرابی، انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ دوم، تهران.

۱۳. مؤمنی، مصطفی.(۱۳۷۷)، ***نظری بر شهرشناسی جغرافیایی شهرهای ایرانی- اسلامی،*** نمایه پژوهش، شماره نه و ده.

۱٤. مؤمنی، مصطفی.(۱۳۸٦)، ***بحثی در شهرنشینی و جغرافیای اوقات فراغت و گردشگری درکتاب: توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران*** (از مفهوم تا راه کار)، بهمن کارگر، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.

۱۵. مؤمنی، مصطفی/ صرافی، مظفر/ قاسمی خوزانی، محمد.(۱۳۸۷)، "ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی- فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه درکلان شهر مشهد"، ***مجله علمی- پژوهشی جغرافیا و توسعه،*** پژوهشکده علوم زمین و جغرافیا، دانشگاه سیستان و بلوچستان، سال ششم، شماره پیاپی۱۱، بهار و زمستان.

۱٦. مرکز آمار ایران.(۱۳۵۸)، ***سرشماری عمومی نفوس و مسکن آبان ماه ۱۳۵۵***، شهرستان مشهد مرکز آمار ایران، شماره ۱۰۳.

۱۷. مولوی، عبدالحمید.(۱۳۵٦)، ***آستان قدس رضوی، در دانشنامه ایران و اسلام،*** دفتر ۱.

۱۸. والا، فرانسوا/ بیچریل، یونل.(۱۳۸٤)، ***گردشگری بین المللی، تجارت در هزاره‌ی سوم***، ترجمه‌ی: محمد مهدی کتابچی، انتشارات امیرکبیر.

۱۹. وزارت نیرو- معاونت مطالعات پایه منابع آب دشت مشهد منطقه ای خراسان.(۱۳۷۸)، ***بیلان آبی دشت نمونه مشهد***، دفتر تلفیق (گزارش درون سازمانی)، وزارت نیرو.

۲۰. یعقوبی، احمدبن ابی یعقوب. (۱۳٤۳)، ***البلدان***، ترجمه‌ی: محمد ابراهیم آیتی، بنگاه ترجمه و نشر کتاب، تهران.

21. Bertalanffy. Von, Ludwig,(1972),***The History and Status of General Systems Theory***, General Systems Theory ,The Academy of Management Journal, Vol. 15, No. 4,STOR. http://links.jstor.org/sici?sici=0001-427328 197212%29

22. Briones ,J, Abraham / Tejeida. P ,Ricardo / Morales .M, Oswaldo,(2009). ***Toward the Evolution of the Tourism's Conceptual System***, Instituto Politécnico Nacional ,México.

23. Chorley, R/ Haggett, P,(1967) ***Integrated models in geography*** ,Methuen, London

24. Getz, Donald,(1986), ***Models tourism planning***, Towards integration of theory and practice, Tourism Management, Vol 7(1),Canada.

25. Gunn, Clare, A (2002) ***Tourism planning*** ,Rout ledge.

26. Holden, Anderew, (2000) ***Environment and Tourism***, Routledge.

27. Jennings , Gayle (2001) ***Tourism Research*** , John Wiley & Sons Australia, Ltd.

28.Kaspar,C.(1975)Die ***Fremdenverkehrslehre im Grundriss***,St,Galler Beiträge zum Fremdenverkehr und zur Verkehrschaft,herausgegeben vom Institut für Fremdenverkehr und Verkehrswirtschaft an der Hochschule st.Gallen unter Der Leitung von prof.

29. Law, Christopher ,M (2002)***Urban tourism***, Continuum

30. Leiper, N. (1990) ***Tourism systems: An interdisciplinary perspective***. Palmerston North,

31. Leiper,N.(2004).***Tourism management*** (3rd ed.). French Forest: Pearson Education Australia.

32. Taylor, G.D(1980) ***How To Match Paint With Demand***, A. Matrix for Marketing Tourism Management, (1)March.

33. www.en.wikipedia.org